

媒介传播中信息表征形式 对受众社会化影响研究

薛可 阳长征 余明阳

摘要

本文在前人研究的基础上以媒介传播中信息的动作性、映像性和符号性表征为自变量,受众社会化为因变量,构建理论模型,并通过问卷调查法获取数据资料,使用结构方程模型对该理论模型进行实证分析,得出以下结论:(1)三个表征均对受众社会化产生显著正向影响;(2)动作性和映像性表征均通过自我调节和精细处理可能性对社会化产生影响,而符号性表征只通过精细处理可能性对社会化产生作用;(3)影响力大小分别为动作性、映像性和符号性表征。最后根据该研究结论提出了相关的管理策略。

关键词

媒介传播、信息表征、社会化、结构方程模型

作者简介

薛可,上海交通大学媒体与设计学院传播系主任,教授,博导。

阳长征(通讯作者),上海交通大学工商管理(媒介管理)专业博士,百色干部学院教学研究部,研究方向为工商管理(媒介管理),电话:13764525128, Email: chkggy@126.com。

余明阳,上海交通大学安泰经济与管理学院,教授,博导。

本文系国家自然科学基金重点项目“互联网群体传播的管控方案与社会引导对策研究”(项目编号:15AZD054)阶段性研究成果;国家社科基金项目(14BXW046)的阶段性研究成果。

Research on the Effect of Information Representation Styles on Socialization of Audience in Media Communication

XUE Ke, YANG Changzheng, YU Mingyang

Abstract

Based on the previous research, the article builds a theoretical model with action

representation, image representation and sign representation as independent variables, socialization of audience as dependent variable, and self-regulation and elaboration likelihood as mediators, then collects data through questionnaire investigation and analyzes how the information representation style in the process of media communication has an influence on socialization of audience using structural equation model, and comes to conclusion that the three information representation styles all have an significantly positive effect on socialization, both action representation and image representation influence socialization through both self-regulation and elaboration likelihood, and sign representation influences socialization only through elaboration likelihood, and they are respectively action representation, image representation and sign representation in decreasing order of effect, and finally gives some suggestions based on the research conclusion.

Keywords

media communication, information representation, socialization, SEM

Authors

Xue Ke is a Professor and head of Communication Department at the School of Media and Design, Shanghai Jiao Tong University.

Yang Changzheng (corresponding author) is a doctor graduated from the School of Media and Design, Shanghai Jiao Tong University, and now working in China Baise Carder College. Email: chkggy@126.com.

Yu Mingyang is a Professor at the School of Economics & Management, Shanghai Jiao Tong University.

一、引言

在科技、经济和文化高速发展的今天,大众传媒成为了十分重要的社会化手段,电视、影视、广播,尤其互联网等正在迅速向人们提供大量各种信息,使人们开阔视野,学到新的知识与规范,这表明大众传媒对人们的社会化的作用正与日俱增。在他们花费大量时间观看电视和上网时,这些内容既可能强化、也可能抵触其社会化主体原来所持有的各种观念。而大众媒体在其中产生的社会功能主要是为受众提供一个拟态环境,该环境并不是客观环境的镜子式再现,而是大众媒介通过对新闻和信息的选择、加工和报道,重新结构化以后再向人们所提供的一种象征性环境(Lippmann, 1946: 89-91)。在极其复杂的社会环境中,绝大多数人只能通过媒体传播去了解身外世界,因此人的行为已经不仅仅是对客观环境做出反应,而且也是对新闻机构提供的某种拟态环境做出反应,产生脑海图景。这不仅制约了人的认知和行为,而且也使得他们据此来对客观现实环境产生影响。通常人们的“主观

现实”是在他们对客观现实认识的基础上形成的，而这种认识在很大程度上需要经过媒体搭建的“象征性现实”的中介作用得以实现。由于传播内容具有某些特定的价值和意识形态倾向，而这些倾向通常不是以说教形式而是以“报道事实”“提供娱乐”等形式传达给受众，使受众在潜移默化的过程中不知不觉地制约着他们的现实观（Lippmann, 1927: 165-166）。然而在现有的文献中，关于媒介传播过程中的信息表征对受众社会化影响的相关研究较少，因此，本文将对媒介传播过程中的信息表征对受众社会化的影响进行研究，尝试探索如下两个问题：（1）媒介传播过程中的信息表征通过哪些路径对受众社会化产生影响？（2）不同信息表征对受众社会化影响的大小如何？

二、理论背景与研究假设

（一）信息表征与自我调节

表征（representation）是指信息或知识在心理活动中的表现和记载的方式，表征或表征系统，实质上是人们的信息加工系统，是他们知觉和认识世界的一套规则。社会学习理论表明，在人类智慧生长期间，有三种表征系统在起作用，分别为动作表征、映像表征和符号表征，即通过动作、映象，以及各种符号来认识事物，这三种表征系统的相互作用是认知生长或智慧生长的核心（Bruner, 1964）。动作性表征相当于儿童认知发展阶段论中的感知运动水平，即通过感知动作去认识外界事物，适应外部环境，这说明人们认识和适应外部环境的初级方式是通过动作获得的。映像性表征是指用意象、图形或表象来再现知识经验的一种方式。它把时间、空间和定向结构的知觉转化为表象，从而进行概括，即依赖于事物的外部特征或事物在头脑中的表象来认识和掌握事物。符号性表征是指人们能够通过符号再现他们的外部世界，其中最重要的符合是语言，这些符号既不是直接的事物，也不必是现实世界的复制，而是可以抽象的、有间接性和任意性的。由于这些抽象的符号，人们最终能够认知他们从来没有经历过的人、事物以及可能性。在这三个系统的发展中，当一个人达到符号表征再现阶段，并不意味着认知发展就停止了，它只是意味着他们具备了进一步理解世界所需要的基本工具（Bruner & Haste, 2010: 142-143）。

自我调节是个体认知发展从不平衡到平衡状态的一种动力机制，人们给自己制定行为标准，用自己能够控制的奖赏或惩罚来加强、维护或改变自己行为的过程。它包括自我观察、自我判断和自我反应三个基本过程。自我观察使人们根据不同活

动中存在的不同衡量标准,对行为表现进行观察的过程,人们对自己行为的观察会存在不同侧重点,他们有选择地注意他们行为的某些方面,而忽视另一些方面;自我判断使人们为自己的行为确立某种目标,以此来判断自己的行为与标准之间的差距并引起肯定或否定的自我评价;自我反应使个人在评价自我行为后产生自我满足、自豪、自怨和自我批评等内心体验(Zimmerman, 2000)。

在媒介传播过程中,动作性表征信息能为受众提供一个关于某事物发展的完整的动态过程,能够通过行为非常直观地为受众提供学习和效仿的模板,对受众的态度和行为均能产生较大程度的影响。映像表征属于静态画面形式的信息,只能提供某一特定情景特征,而不是一个完整的事物发展过程,相对于动作表征信息,受众对事物整体性的理解较差,对态度和行为的调节作用也较差。而符号性表征的信息需要极其复杂的信息处理过程,它缺少直观性,不能为受众提供一种一目了然的情景,这些符号信息要对人们态度和行为产生作用则需要人们在头脑中把这些符号准确地转换为一种真实情景,该复杂的转化过程弱化了受众的自我调节效果。基于此,可以提出如下假设:

H1a: 动作性表征对自我调节存在显著正向影响,且在三个表征的影响中为最大;

H2a: 映像性表征对自我调节存在显著正向影响,且在三个表征的影响中为次大;

H3a: 符号性表征对自我调节存在显著正向影响,且在三个表征的影响中为最小。

(二) 信息表征与精细处理可能性

态度的改变过程可归纳为两个基本的路径:中枢路径和边缘路径,中枢路径把态度改变看成是受众认真考虑和综合信息的结果,分析较为全面和深入;边缘路径与中枢路径相反,认为受众对客体的态度改变不在于考虑对象本身的特性或证据,而是将该对象同诸多线索联系起来,分析较为感性和粗略。不同的信息处理方式依赖于受众对信息进行精细加工可能性的高低,当精细加工的可能性较高时,中枢路径更有效;而当这种可能性较低时,则边缘的路径更有效。其中,中枢路径所引起的态度变化比边缘路径的要持久。(O' Keefe, 2008)

当传播中存在动作特征时,受众更能直观而形象地去理解信息中传递的信号,他们更愿意接受以该形式编码的信息,对信息中的情景涉入程度高,信息处理时倾向于采用中枢路径,即根据信息的内容,经过审慎思考之后做出决策。映像性表征

虽然以画面形式表现信息,但只能反映某一静态情景,而非全方位的动态过程,相对于动作表征信息,涉入程度较低,信息精细处理可能性也较低。而使用符号来对信息编码,这对受众有较高的文化要求,需进行更高层次而且较复杂的信息处理,然而受众通常更倾向于喜欢直观、形象的信息编码方式,因此面对符号编码的信息,受众表现为低涉入程度,则会倾向于采用边缘路径进行信息处理(Petty & Cacioppo, 1986: 216-217)。基于此,可以提出如下假设:

H1b: 动作性表征对信息精选处理可能性存在显著正向影响,且在三个表征的影响力中为最大;

H2b: 映像性表征对信息精选处理可能性存在显著正向影响,且在三个表征的影响力中为次大;

H3b: 符号性表征对信息精选处理可能性存在显著正向影响,且在三个表征的影响力中为最小。

(三) 社会化与自我调节和精细处理可能性

社会化是指个体在与社会互动的过程中,逐渐形成独特的个性和人格,从生物人转变为社会人,并通过对社会文化的内化和对角色知识的学习,逐渐适应社会生活的过程,使人的个性得以健全和完善。社会学习理论则认为,不仅那些加诸个体本身的刺激物可以让其获得或失去某种行为,观察他人的社会化过程也可以获得同样的效果。个体的社会化过程,主要包括两个方面:一方面个体通过进入社会环境和社会关系体系去掌握社会经验;另一方面个体通过积极介入社会环境而对社会关系做出积极的反应。个体不仅需要掌握社会经验,而且还要通过自我调节系统,把它转换为自己的价值观念和立场,自我调节能力的大小则直接作用于他们对周围事物的态度和行为的改变程度,而良好的社会适应过程也因此需要人们灵活自我调节能力(Kohlberg, 1969: 184-186)。然而社会认知和行为的改变,这就说明了个体不是消极地去接受社会经验,而是积极去建构自身价值体系。由于人们在心理上的个体差异,每个人对社会的认识和掌握也是不同的,有的是积极、主动、自觉的,有的则是消极、被动、勉强的。当对传播信息的接受是出于无意识时,受众对信息的涉入程度较低,信息精细处理可能性就低,对事物的分析较肤浅,在认知和行为上的改变的持续时间也较短;当受众主动、积极地对传播中的信息进行处理时,通常有着较高的精细处理可能性,这就引起受众对相关内容进行更深入地思考,更可能改变他们的态度和行为,且变化的持续时间也较为持久(Harris, 1995)。基于此,可以提出如下假设:

H4a: 自我调节对社会化存在显著的正向影响;

H4b: 信息精细处理可能性对社会化存在显著的正向影响。

(四) 理论框架图

该研究以媒介传播中信息的动作性表征、映像性表征和符号性表征为自变量,受众社会化为因变量,自我调节和信息精细处理可能性为中介变量,构建理论模型来研究媒介传播中信息的表征形式如何对受众社会化产生影响。其理论结构图如图1所示。

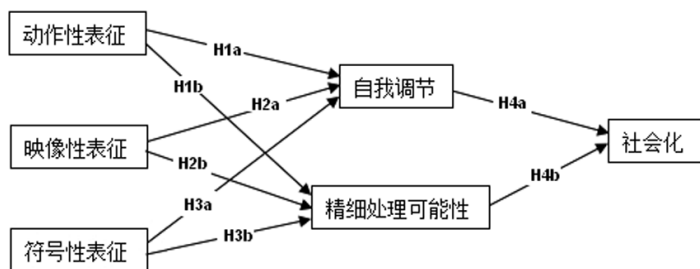


图1 理论框架图

三、研究方法与设计

(一) 研究方法

因为受众的动作性表征、映像性表征、符号性表征、自我调节、精细处理可能性和社会化不能直接和准确测量,只能通过一些具体指标从不同维度去反映它们,然而这些变量往往包括大量的测量误差,传统的多元回归方法只能处理观测变量而且还需假设其观测值不存在测量误差。而结构方程模型(SEM)可同时考虑许多内生变量的方程式,它可以同时估计模型中的测量指标、潜在变量以及测量过程中指标变量的测量误差,也可以评估测量变量的信度和效度,因此在本研究中选用SEM模型进行数据处理比选用其它模型更具有优势(Bollen, 1998: 134-135)。

(二) 量表及问卷设计

在该研究中所使用的量表及问卷的主要变量和题项设计如下:

因变量: 社会化, 主要根据Allen和Meyer(1990)的研究成果, 共6个测项。

自变量: 动作性表征, 参考Grafton和Hamilton(2007)设计的量表, 共设计3个题项; 映像性表征, 参考Wimmer和Perner(1983)开发出的量表, 共3个测项; 符号性性表征, 参考Perner(1991)开发出的量表, 共3个测项。

中介变量: 自我调节, 参考Carver和Scheier(1981)设计的量表, 共设计4个题项; 信息精细处理可能性, 参考Petty和Cacioppo(1984)设计的量表, 共设计4

个题项。

以上变量的测量均采用李克特五点量表法，“1”表示非常不同意，“5”表示非常同意。

（三）数据收集

本研究使用的数据主要是通过问卷调查法来获取，其中该问卷主要包括两大部分，第一部分为人口统计学特征题项，第二部分为关于动作性表征、映像性表征、符号性表征、自我调节、精细处理可能性及社会化6个方面的题项。为了提高调查信息的质量和信度，在问卷中插入了一些过滤性问题的题项。为了对该问卷的结构及问题设计的有效性进行了解，并确保调查时问卷的信度和效度，在正式调查之前，该调查组在上海交通大学内随机发放了问卷150份进行预调查，其中回收了113份，剔除回收中不合格的问卷7份，最后有效回收率为70.67%。对此进行信度和效度分析，其统计结果显示，预调查问卷的KMO值为0.791，Bartlett’s球形检验的p值均小于0.001，累积方差解释度为81.92%，Cronbach’s α值均大于0.70，均通过相关的四项检验，而在进行CITC分析中，其中Q11的CITC指数分别为0.21和0.16，其余项均大于0.30，因此需要删除问卷中的Q11题项，其余题项均保留。

正式调研时，以上海市内的11个区（杨浦区、虹口区、闸北区、普陀区、黄浦区、静安区、长宁区、卢湾区、徐汇区、闵行区、浦东新区）的企业、大学等名单为抽样框，随机抽取10个单位进行问卷调查，为了提高调查信息的可靠性，在问卷调查时还特别考虑了各单位的上下班时间以及人们正常的作息情况，选择了恰当的时间段进行调查，同时还为能够接受本次调查的受访者提供一定价值的小礼品。该

表1 样本统计学特征（N=1305）

项目	类型	人数	比例（%）
性别	男性	741	56.78
	女性	564	43.22
年龄	20—30	279	21.38
	31—40	427	32.72
	41—50	283	21.69
	51—60	316	24.21
学历	高中及以上	792	60.69
	高中以下	513	39.31
领域	学生	418	32.03
	工人	625	47.89
	其他	262	20.08

调查共历时2个月，共发放问卷为500份，回收问卷426份，剔除不合格问卷后有效问卷为412份，有效回收率为82.4%，该样本的人口统计学特征见表1。

四、数据处理与假设检验

（一）效度与信度分析

量表的结构效度。在对各个变量进行探索性因子分析（EFA）前，先进行KMO测定和Bartlett球形检验，其中KMO值为0.814，大于0.7，Bartlett检验的p值均为0.000，小于0.001，拒绝原假设，说明该测量问卷内部存在显著的相关性，适合进行EFA分析。除了对量表进行结构效度分析外，还要对问卷标量的信度和效度进行验证性分析（CFA），因此先将原始数据随机分为等量样本的两组，即各组样本数为206，第一组用于探索性因子分析，第二种用于验证性因子分析。在EFA分析中，结果可以提取6个因子，该6个因子累积所能解释的方差为76.19%，同时除了测项Q20的因子负荷为0.34外，其它各项在对应变量上的因子负荷均大于0.50，说明量表具有良好的结构效度，同时需把Q20题项从数据中删除。

量表的信度。使用SPSS13.0进行问卷各题项的内部一致性检验，经数据处理，动作性表征、映像性表征、符号性表征、自我调节、精细处理可能性和社会化各分量表的Cronbach's α 分别为0.76、0.77、0.81、0.83、0.79、0.82，整个问卷的总Cronbach's α 为0.88，所有的 α 值均大于0.7的标准，说明该问卷的信度较佳。

利用验证性因子分析对第二组数据进行内敛效度和判别效度检验，如表2所示，各测量题项与所度量的潜在变量间的标准负荷系数都大于0.60，其对应的t值均大于3.31（ $p=0.001$ ）的临界值。同时各变量的AVE值均大于0.50，其复合信度(CR)均大于0.7，表明测量变量能有效地反映其潜变量的特质，各组测量指标间具有较好的一致性，说明该调查问卷具有较好的收敛性。从表3可知，所有潜变量AVE值的平方根（对角线上的值）均大于对应列潜变量之间相关数的绝对值，表明各潜变量间具有较好的判别效度。

表2 验证性因子分析结果

潜变量	观测项	标准负荷	t值	AVE	CR
动作性表征	Q1	0.81	7.64	0.73	0.81
	Q2	0.62	9.23		
	Q3	0.78	4.77		
映像性表征	Q4	0.69	6.58	0.58	0.87
	Q5	0.82	10.37		
	Q6	0.78	12.01		

符号性表征	Q7	0.76	8.81	0.67	0.76
	Q8	0.84	5.36		
	Q9	0.78	9.04		
自我调节	Q10	0.73	7.59	0.55	0.84
	Q12	0.81	9.46		
	Q13	0.79	6.92		
精细处理可能性	Q14	0.89	11.75	0.69	0.89
	Q15	0.74	6.91		
	Q16	0.68	7.56		
	Q17	0.83	8.26		
社会化	Q18	0.77	7.44	0.63	0.78
	Q19	0.63	8.92		
	Q21	0.84	6.57		
	Q22	0.81	5.17		
	Q23	0.75	8.39		

表3 判别效度检验

变量	1	2	3	4	5	6
动作性表征	0.85					
映像性表征	0.51	0.76				
符号性表征	-0.49	0.63	0.82			
自我调节	0.35	0.57	0.41	0.74		
精细处理可能性	0.42	-0.51	0.54	0.59	0.83	
社会化	0.46	0.34	0.67	-0.52	0.64	0.79

注：对角线上的数值为 \sqrt{AVE} ，其余的数值均为相关系数。

（二）路径分析及假设检验

1. 初始模型路径

初始假设模型的输出结果为： χ^2 值为73.65，p值为0.000，小于0.05，达到显著水平，拒绝原假设，表明初始假设模型与观察数据无法适配，需要对初始模型进行修正，根据修正指标（MI），需要分别把理论模型中的H3a的路径删除，以及在Q12与Q18的误差变量间以及Q9与Q17误差变量间建立共变关系，从而至少可以减少卡方值分别为34.45、27.71和19.36，且参数估计值的改变值均为正数。

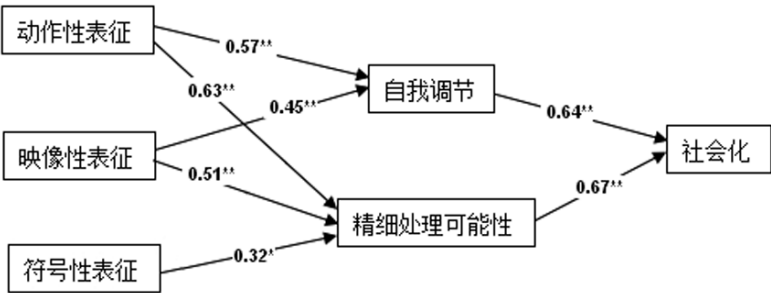
2. 修正模型路径

根据修正指标提示，把理论模型中的H3a的路径删除，以及在Q12与Q18的误差变量间以及Q9与Q17误差变量间建立共变关系，对修正后的模型进行估计，此时输出的估计结果为： χ^2 值、 χ^2/df 、NFI值、GFI值、AGFI值、CN值、RMSE值均达

到模型可适配的标准。同时MI中没有提供需要修正的参数,表明修正后的模型是可以接受的路径模型,其估计结果如表4和图2所示。

表4 修正模型估计结果

变量关系	标准化系数	t值	适配度估计值
动作性表征→自我调节	0.57	11.94	p(χ ²)=0.31, χ ² /df=0.72,RMSEA=0.063,GFI=0.985,AGFI=0.911,CFI=0.953,IFI=0.937,CN=924,NFI=0.925
动作性表征→精细处理可能性	0.63	13.34	
映像性表征→自我调节	0.45	8.06	
映像性表征→精细处理可能性	0.51	3.35	
符合性表征→精细处理可能性	0.32	1.99	
自我调节→社会化	0.64	6.69	
精细处理可能性→社会化	0.67	8.37	
适配度标准	p(χ ²)>0.05(未达到显著水平), χ ² /df<2.00,RMSEA<0.08,GFI>0.90,AGFI>0.90,CFI>0.90,IFI>0.90,CN>200,NFI>0.90		



注: **表示p<0.05, ***表示p<0.01

图2 模型的路径系数图

表5 假设检验结果

假设	路径	标准化系数	t值	检验结果
H1a	动作性表征→自我调节	0.57	11.94	支持
H1b	动作性表征→精细处理可能性	0.63	13.34	支持
H2a	映像性表征→自我调节	0.45	8.06	支持
H2b	映像性表征→精细处理可能性	0.51	3.35	支持
H3a	符合性表征→自我调节	—	—	不支持
H3b	符合性表征→精细处理可能性	0.32	1.99	支持
H4a	自我调节→社会化	0.64	6.69	支持
H4b	精细处理可能性→社会化	0.67	8.37	支持

从图2可知,该模型中各条路径系数值均为正值且处于0至1范围内,而且均达到0.05的显著水平,除H3a假设外,其它相关各假设均获得支持。其中动作性表征

和映像性表征征均通过自我调节和精细处理可能性两个中介变量对社会化产生的间接效应分别为0.79和0.65,符号性表征只通过精细处理可能性中介变量对社会化产生的间接效应为0.21。

根据前面的检验结果,将假设检验结果汇总如表5所示。

五、研究结论与启示

上述研究结果表明:(1)媒介传播中信息的动作性表征、映像性表征和符号性表征均对受众社会化产生显著的正向影响;(2)动作性表征和映像性表征均通过自我调节和信息精细处理可能性对受众社会化产生作用,符号性表征只通过精细处理可能性中介来对受众社会化产生影响;(3)其中,动作性表征产生的影响最大,其次为映像性表征,而符号性表征产生的作用最小。虽然尚未有相关文献对该内容进行过研究,但该研究结论与现实社会媒介传播的普遍现象相吻合,在社会政治、经济和文化活动中,无论是政府部门还是企事业单位,信息传播的主体越来越倾向于把政策、传统文化或经典著作通过可视化的形式进行传播,这表明通过动作性和映像性的信息表征形式可以更吸引受众,能够对受众的社会化产生更大程度的影响(Lazarsfeld, 1948)。

该研究结论对媒介传播主体或政府相关部门有如下管理启示:

(1)媒介作为一种对受众社会化产生重要影响的社会手段,要使其在整个社会中能最大程度影响受众的社会化以及传递正能量,媒介主体可以根据信息对受众社会化的影响程度采用不同的信息表征形式对传播内容进行编码,对最重要的信息可以采用动作性或映像性表征形式对其传播,使受众对此产生更大的信息精细处理可能性和自我调节作用,从而对受众的社会化产生更大的影响;对于相对次要的信息可以采用符号性表征的信息形式进行传播。此外,信息传播主体也可以把动作性表征、映像性表征和符号性表征三种信息传递形式进行综合使用,全方位地对受众社会化产生影响,大大提高信息传播对受众的说服效果和社会化改变程度。

(2)在媒介传播与受众社会化之间,自我调节和信息精细处理可能性是信息表征形式对受众社会化产生影响的中介变量,媒介传播主体或政府部门可以以受众的自我调节和信息精细处理可能性为研究导向,进一步挖掘媒介传播过程及信息编码中更深层次的关键影响因素,使整个媒介特征、内容或传播过程更能吸引受众注意力,让他们主动、积极地融入媒介传播赋予的拟态环境中,从思想上接受相关的传播信息,而不是消极、被动地接受,这样就可以更大程度地去调动受众自我调节系统和产生更大的信息精细处理可能性,从而对传播效果和受众的社会化产生更大的影响。

本研究虽然尽量做到使研究设计完善,但由于客观条件限制,仍存在一些局限性,由于本研究仅在上海市范围内进行抽样调查,虽然研究的样本涵盖了不同的人口特征群体,也遵循了随机抽样的原则,但样本特征仍然难以充分代表中国的总体人口特征。希望未来能扩大研究的样本调查范围,提高研究发现的普适性。

(责任编辑:陈辉)

引用文献 [References]

- Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). Organizational socialization tactics: A longitudinal analysis of links to newcomers' commitment and role orientation. *Academy of Management Journal*, 33(4), 847-858.
- Bollen, K. A. (1998). Structural equation models. *Encyclopedia of Biostatistics*, 7.
- Bruner, J. S. (1964). The course of cognitive growth. *American Psychologist*, 19(1), 1.
- Bruner, J. S., & Haste, H. (Eds.). (2010). *Making sense (Routledge Revivals): the child's construction of the world*. Routledge.
- Carver, C. S., & Scheier, M. F. (1981). *Attention and self-regulation*. New York: Springer-Verlag.
- Grafton, S. T., & de C Hamilton, A. F. (2007). Evidence for a distributed hierarchy of action representation in the brain. *Human Movement Science*, 26(4), 590-616.
- Harris, J. R. (1995). Where is the child's environment? A group socialization theory of development. *Psychological Review*, 102(3), 458.
- Kohlberg, L. (1969). *Stage and sequence: the cognitive-developmental approach to socialization*. New York: Rand McNally.
- Lazarsfeld, P., & Merton, R. K. (1948). Mass communication, popular taste and organized social action. *Media Studies*, 7(4), 18-30.
- Lippmann, W. (1946). *Public opinion*. Transaction Publishers.
- Lippmann, W. (1927). *The phantom public*. Transaction Publishers.
- O' Keefe, D. J. (2013). The elaboration likelihood model. *The Sage Handbook of Persuasion: Developments in Theory and Practice*, 5(9), 137-149.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1984). Source factors and the elaboration likelihood model of persuasion. *Advances in Consumer Research*, 11(1), 668-672.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. *Advances in Experimental Social Psychology*, 19(7), 123-205.
- Perner, J. (1991). *Understanding the representational mind*. The MIT Press.
- Wimmer, H., & Perner, J. (1983). Beliefs about beliefs: representation and constraining function of wrong beliefs in young children's understanding of deception. *Cognition*, 13(1), 103-128.
- Zimmerman, B. J., Boekarts, M., Pintrich, P. R., & Zeidner, M. (2000). A social cognitive perspective. *Handbook of Self-regulation*, 13(1), 695-716.